



EURODECISION
ALGORITHMS FOR BUSINESS



PEPSICO FRANCE

PEPSICO

OPTIMISATION DU RESEAU DE DISTRIBUTION « HORS DOMICILE »



Objectifs :

Optimiser l'organisation des réseaux logistiques pour la distribution des produits « hors domicile » de PepsiCo, en agissant sur plusieurs leviers :

- la fusion de différents réseaux « historiques »
- la réduction du nombre de plates-formes et la définition de nouvelles implantations
- l'optimisation des flux



Solution :

Une étude basée sur l'utilisation du modèle d'optimisation SCOP Network Design d'EURODECISION qui utilise des technologies avancées de mathématiques appliquées

Résultats :

Grâce à la réduction du nombre de plates-formes logistiques (de 8 entrepôts en France à 2, pour le Nord et le Sud) et à la massification des volumes transportés, plusieurs résultats tangibles ont été rapidement identifiés :

- réduction des coûts de transport de l'ordre de 20 % dès la première année
- réduction de l'émission de CO2 de l'ordre de 1 000 T
- amélioration du service commercial en élargissant l'offre de produits disponibles sur chaque site logistique



« Nous avons trouvé avec EURODECISION un partenaire fiable et à l'écoute, qui a su répondre à nos interrogations. Il nous a permis de poser rapidement la première pierre de notre projet de réorganisation logistique » souligne Jean-Paul Guichard, Directeur Supply Chain Boissons et coordinateur du projet.

PepsiCo France est une des filiales les plus dynamiques du Groupe PepsiCo Inc en Europe et l'un des acteurs majeurs de l'agroalimentaire en France. PepsiCo Inc est aujourd'hui le 3ème groupe alimentaire mondial.

PepsiCo France commercialise et distribue des marques prestigieuses (Pepsi, Tropicana, Lipton, Quaker, Benenuts, etc ...) pour 5 types de produits alimentaires : boissons gazeuses, jus de fruits et légumes, thés glacés, produits d'apéritif et céréales.

Les produits de PepsiCo France sont distribués à travers deux circuits spécifiques :

- le marché des supermarchés et hypermarchés
- le circuit « hors domicile », soit les cafés, hôtels, restaurants, les réseaux de transport et les lieux de loisirs, les distributeurs automatiques.

L'étude menée par EURODECISION en 2008 a porté sur le réseau hors domicile.

A la suite des acquisitions successives menées par PepsiCo depuis 15 ans, ce réseau de distribution était très éclaté, à travers une dizaine d'entrepôts spécialisés par type de produits. Il existait 4 circuits spécifiques, livrant séparément les jus, les boissons gazeuses, les boissons à base de thé, les produits d'épicerie et les chips. L'objectif de l'étude était de fusionner ces réseaux afin de massifier les flux et diminuer le nombre d'entrepôts. L'outil SCOP Network Design a facilité la réflexion afin de trouver la meilleure organisation possible. L'étude a été menée d'avril à juin 2008. Ses conclusions ont été mises en œuvre immédiatement, avec la recherche de nouveaux partenaires logistiques. La nouvelle organisation a pu ainsi être mise en place dès le 1er janvier 2009, réduisant de 8 à 2 unités le nombre d'entrepôts logistiques. La localisation et les zones de chalandise de ces deux entrepôts a également été optimisée. La réflexion a aussi porté sur l'organisation des flux, en tenant compte de paramètres tels la haute ou basse saison, le poids et le volume des marchandises transportées, le retour des bouteilles consignées.

Les bénéfices sont rapidement apparus, à la satisfaction des équipes commerciales qui avaient été associées au projet, mais aussi des clients, qui peuvent aujourd'hui commander sur le même site des produits qu'ils ne prenaient pas auparavant. L'amélioration des flux a permis une économie de coûts de transport/logistique de 20% dès la première année et une réduction sensible de l'émission de CO2.

Comment EURODECISION a-t-il été choisi ?

Des contacts avaient déjà été établis dans le cadre d'un autre projet. EURODECISION a été inclus dans un appel d'offre mais sa compétence reconnue dans ce type d'étude a permis d'emporter très vite la décision de PepsiCo.

